

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN DAN VARIETY SEEKING
BEHAVIOR TERHADAP PERPINDAHAN MEREK KOSMETIK**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

NUROHMAH GESIRUSESA PUTRI

B100 150 304

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca Skripsi dengan judul :
**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN DAN *VARIETY SEEKING*
BEHAVIOR TERHADAP PERPINDAHAN MEREK KOSMETIK.**

Yang ditulis dan disusun oleh :

NUROHMAH GESIRUSESA PUTRI
B 100 150 304

Penanda tangan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 20 Juli 2019
Pembimbing utama



(Kussudyarsana, S.E., M.Si., Ph.D)

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Syamsudin, S.E, M.M.)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271)
717417 Surakarta – 57102

PERYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **NUROHMAH GESIRUSESA PUTRI**

NIM : **B 100 150 304**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **PENGARUH KETIDAKPUASAN KOSNUMEN DAN
VARIETY SEEKING BEHAVIOR TERHADAP
PERPINDAHAN MEREK KOSMETIK.**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 20 Juli 2019

Yang membuat pernyataan,

(NUROHMAH GESIRUSESA PUTRI)

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah: 5)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah: 286)

“Bukan rasa bahagia yang membuat kita perlu bersyukur. Namun rasa syukurlah yang membuat kita bahagia”

(Iman Usman)

“Kebahagiaan dan kesuksesan yang sesungguhnya adalah ketika kita menjalankan tujuan hidup kita”

(Billy Boen)

“Tidak melulu kita berada dibawah. Terus berusaha dan percaya bahwa jika waktunya tepat, kita pasti akan menang”

(Greatmind)

“Cobalah untuk lebih menghargai dirimu sendiri dan senantiasa bersyukur atas pencapaianmu tanpa membandingkan dengan orang lain”

PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim, dengan segala kerendahan dan ketulusan hati

penulis persembahkan karya istimewa ini teruntuk:

- ❖ Allah SWT atas segala nikmat dan karunia yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
- ❖ Suri tauladan kita Nabi Muhammad SAW, semoga shalawat serta salam selalu tercurah kepada beliau, keluarga dan para sahabatnya.
- ❖ Ayah dan ibukku tercinta yang selalu mendoakan tiada henti, memberikan dukungan, kasih sayang yang tidak akan tergantikan, serta selalu memberi kebahagiaan yang tidak pernah bisa aku balas.
- ❖ Adikku tersayang yang selalu memberikan semangat serta dukungan dalam setiap langkahku.
- ❖ Keluarga besar yang selalu mendoakan, terimakasih atas do'a dan restunya yang diberikan kepada penulis.
- ❖ Teman-teman seperjuangan, serta semua sahabat dan teman dekat yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
- ❖ Almamater UMS tercinta.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan anugerah-Nya. Tak lupa sholawat serta salam tetap tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen dan *Variety Seeking Behavior* Terhadap Perpindahan Merek Kosmetik”** dengan lancar. Penulisan skripsi ini disusun sebagai syarat dalam rangka memenuhi tugas akhir dan memperoleh gelar sarjana ekonomi pada strata 1 ilmu ekonomi, konsentrasi manajemen pemasaran di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan, arahan, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, untuk semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung dengan penuh kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Dr. H. Syamsudin, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

3. Imronudin, SE, M.Si, Ph.D selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Kussudyarsana, S.E., M.Si., Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing dan memberikan masukan serta arahan dalam penyusunan skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan selama mengenyam bangku perkuliahan, serta tak lupa seluruh karyawan dan staff Tata Usaha yang telah memberikan bantuan dan kelancaran dalam urusan administrasi.
6. Ayahku Sugeng dan Ibuku Rus Dwi Yatmi, yang telah memberikan do'a, kasih sayang, motivasi, dukungan, semangat, masukkan serta membantu baik secara spiritual maupun materiil sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
7. Adikku Ahmad yang selalu memberikan do'a serta memberikan semangat dalam setiap langkahku menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman kelas H Manajemen UMS 2015 yang telah memberikan dukungan dan semangat.
9. Atika, Dina, Septi, Farkhah, Niken, Maya, Ratih yang dari awal berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan skripsi.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang dengan ikhlas membantu penulis hingga terselesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan sehigga jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan wacana bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Amiin yaa Robbal alamin

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 20 Juli 2019

Penulis

ABSTRAKSI

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh ketidakpuasan konsumen dan *variety seeking behavior* terhadap perpindahan merek kosmetik. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah menggunakan kosmetik. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobabilitas dengan mengambil 130 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah melalui studi lapangan berupa kuesioner secara personal. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini memiliki beberapa temuan, pertama yaitu ketidakpuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap perpindahan merek kosmetik dan yang kedua yaitu *variety seeking behavior* berpengaruh signifikan terhadap perpindahan merek kosmetik.

Kata kunci : Ketidakpuasan Konsumen, *Variety Seeking Behavior*, dan Perpindahan Merek

ABSTRACT

This study aims to analyze the effectiveness of consumer dissatisfaction and variety seeking behavior toward the cosmetic brand switching. The population was the Faculty students of Economics and Business, University of Muhammadiyah Surakarta who had used cosmetics. The sampling technique this study was non-probability by taking 130 respondents. The method that used to collect the data was field trip study in the form of a personal questionnaire. The analytical tool used in this study is multiple linear regression. The results obtained in this study has several findings, firstly, consumer dissatisfaction has a significant effect on the cosmetic brands switching and the second is the variety seeking behavior has a significant effect on the cosmetic brand switching.

Keywords: *Consumer Dissatisfaction, Variety Seeking Behavior, and Brand Switching*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAKSI	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Tinjauan Teori.....	10
B. Penelitian Terdahulu	17
C. Kerangka Pemikiran.....	19
D. Hipotesis.....	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
A. Jenis Penelitian.....	22

	B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	22
	C. Data dan Sumber Data	24
	D. Metode Pengumpulan Data	24
	E. Desain Pengambilan Sampel.....	25
	F. Metode Analisis Data	27
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
	A. Deskripsi Data Penelitian	33
	B. Gambaran Tanggapan Responden Mengenai Variabel Penelitian.....	36
	C. Uji Instrumen	41
	D. Uji Asumsi Klasik	44
	E. Uji Hipotesis	46
	F. Pembahasan.....	49
BAB V	PENUTUP	52
	A. Kesimpulan	52
	B. Keterbatasan Penelitian.....	52
	C. Saran.....	53
	DAFTAR PUSTAKA	54
	LAMPIRAN.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1. Definisi Operasional	23
Tabel 4.1. Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin	34
Tabel 4.2. Deskripsi Responden Menurut Usia	34
Tabel 4.3. Deskripsi Responden Menurut Uang Saku	35
Tabel 4.4. Deskripsi Responden Menurut Kosmetik Yang Digunakan	35
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Tentang Ketidakpuasan Konsumen	36
Tabel 4.6. Tanggapan Responden Tentang <i>Variety Seeking Behavior</i>	38
Tabel 4.7. Tanggapan Responden Tentang Perpindahan Merek Kosmetik ...	40
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Ketidakpuasan Konsumen.....	41
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas <i>Variety Seeking Behavior</i>	42
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Perpindahan Merek Kosmetik.....	43
Tabel 4.11. Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.12. Hasil Uji Normalitas	44
Tabel 4.13. Hasil Uji Multikolinearitas.....	45
Tabel 4.14. Hasil Uji Heteroskedastisitas	46
Tabel 4.15. Koefisien	46
Tabel 4.16. ANOVA	47
Tabel 4.17. Ringkasan Model	48
Tabel 4.18. Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	19
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Koesioner Penelitian

Lampiran 2 Data Penelitian

Lampiran 3 Hasil Frekuensi Identitas Responden

Lampiran 4 Hasil Tanggapan Responden

Lampiran 5 Hasil Uji Validitas

Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis

Lampiran 9 Tabel r